

## DAFTAR ISI

Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	v
Motto .....	vii
Persembahan .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xvii
Abstrak .....	xviii
Abstract .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Batasan Penelitian.....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	15
1.7 Penegasan Variabel .....	16
1.8 Sistematika Penelitian Tugas Akhir .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>19</b>
2.1 Media Sosial .....	19
2.1.1 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli .....	19
2.1.2 Dimensi dan Indikator Media Sosial.....	21
2.1.3 Peran Media Sosial dalam Pemasaran Pariwisata .....	24
2.2 Word of Mouth.....	26
2.2.1 Pengertian Word of Mouth.....	26

2.2.2 Dimensi dan Indikator Word of Mouth .....	28
2.2.3 Peran Word of Mouth dalam Keputusan Berkunjung .....	29
2.3 Keputusan Berkunjung .....	30
2.3.1 Teori Perilaku Konsumen Keputusan Berkunjung .....	30
2.3.2 Proses Keputusan Berkunjung .....	32
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan .....	34
2.3.4 Dimensi dan Indikator Keputusan Berkunjung .....	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	37
2.5 Kerangka Teori.....	44
2.6 Hipotesis Penelitian .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Pendekatan dan jenis penelitian.....	47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.3 Variabel dan Pengukuran .....	48
3.4 Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampling .....	50
3.4.3 Sampel Penelitian .....	51
3.5 Teknik Pengumpulan data .....	52
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	57
3.6.1 Uji Validitas .....	57
3.6.2 Uji Reabilitas .....	64
3.7 Analisis data .....	65
3.7.1 Uji Normalitas.....	65
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	66
3.7.3 Uji Autokorelasi.....	67
3.7.4 Uji Heteroskedastisitas .....	67
3.7.5 Uji Hipotesis .....	68
3.8 Tahap Penelitian .....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>75</b>
4.1 Gambaran Umum Pelaksanaan Penelitian.....	75

4.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	76
4.3	Karakteristik Responden .....	77
4.3.1	Data Demografis Penelitian .....	77
4.3.2	Kategorisasi Data .....	80
4.3.3	Hasil jawaban Responden .....	85
4.4	Hasil Asumsi Klasik .....	111
4.4.1	Uji Normalitas .....	111
4.4.2	Uji Multikolinieritas .....	112
4.4.3	Uji Autokorelasi .....	113
4.4.4	Uji Heteroskedastisitas .....	113
4.5	Hasil Uji Hipotesis .....	114
4.5.1	Analisis Regresi Linier Ganda Uji t .....	114
4.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda Uji f .....	114
4.5.3	Koefisien Determinasi .....	115
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>116</b>
5.1	Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Pasir Putih Trenggalek .....	116
5.2	Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Pasir Putih Trenggalek .....	118
5.3	Pengaruh Media Sosial dan Word of Mouth secara Simultan terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai pasir putih Trenggalek .....	121
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUPAN .....</b>	<b>124</b>
6.1	Kesimpulan .....	124
6.2	Saran .....	125
	DAFTAR PUSTAKA .....	127
	LAMPIRAN .....	136